महिलाओं की छवि और मीडिया–एक दृष्टिकोण

डॉ. निशा मुन्दड़ा

भारत में संचार माध्यम (मीडिया) नेटवर्क की कार्यप्रणाली एवं भूमिका के संबंध में जनसामान्य और प्रबुद्ध वर्ग में मतैक्य की स्थिति नहीं है। समाज का हर वर्ग इससे जुड़ा हुआ-सा लगता है किंतु सबकी अपनी-अपनी राय है। देश में साक्षरता के क्षेत्र में जो विकास हुआ है उसमें भी मीडिया और सामान्य जन को रूबरू कर दिया है। एक बात अक्सर सुनने में आ रही है कि मीडिया (अखबार) और विजुअल (टी.वी.) हमारी नई पीढ़ी को किंकर्तव्यविमूढ़ करते हुए भटकाव में लगे हुए हैं। जहां तक औरत की छवि उसकी भूमिका का प्रश्न है, इसमें भी प्रबुद्ध स्त्री समाज में मतभेद दिखाई देता हैं।

इससे पूर्व कि हम महिला की छवि के वर्तमान परिप्रेक्ष्य पर प्रकाश डाले, विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से स्त्री की अस्मिता एवं सशक्तीकरण के संदर्भ में जो प्रसंग हुए उस पर विचार आवश्यक है। ये इसलिए भी प्रासंगिक है कि आज के इस ज्वलंत मुद्दे को समाज के बीच खड़ा करने का अधिकांश श्रेय भी मीडिया का ही है।

स्वतंत्रता संग्राम के पूर्व और दौरान महिला की छवि

सुधारने और महिला उन्नयन हेतु जो प्रयास हुए उन पर दृष्टि डाल कर देखें तो लगता है कि कई लोगों ने उनकी छवि को बनाए रखने और यथोचित स्थान दिलाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया जिनमें राजा राम मोहन राय, दयानन्द सरस्वती, महर्षि देवेन्द्र नाथ ठाकुर, केशवचन्द्र सेन, ईश्वर चन्द्र विद्यासागर, बाल गंगाधर तिलक, दादा भाई नौरोजी, लाला लाजपत राय, महात्मा गांधी आदि समाज सुधारकों के नाम उल्लेखनीय हैं। इन लोगों ने सती प्रथा, बाल विवाह, पर्दा प्रथा विधवा उत्पीड़न जैसी कुरीतियों का विरोध किया तथा समाज को जागृत करने का प्रयत्न किया। महिलाओं की स्थिति छवि सुधारने के इन प्रयासों में तत्कालीन प्रिन्ट मीडिया की भूमिका भी अत्यन्त महत्वपूर्ण रही। उस समय प्रकाशित होने वाले सम्वाद 'कौमुदी' (1821), 'बंगदूत' (1831), 'तत्व बोधिनी पत्रिका' (1843), 'रास्त गुफ्तार' (1851), 'अमृत बाजार' (1868), 'ट्रिब्यून' (1977) आदि, पत्र-पत्रिकाओं ने महिला जागरण और उसकी छवि सुधार सम्बन्धी अनेक लेख एवं नाना दृष्टेन सामग्री प्रकाशित की किंतु उनकी सीमाएं थी और उसके सरोकार भी तत्कालीन परिस्थिति जन्य है। 1828 के आसपास लाला लाजपत राय ने तीन समाचार पत्र-पंजाब, वन्दे मातरम और पिपुल निकालें। दादा भाई नौराजी ने भी एक समाचार पत्र को आरम्भ किया। बाल गंगाधर तिलक ने 'केसरी' व 'मराठा' शीर्षक पत्र प्रकाशित किए। इन सभी पत्रों ने महिलाओं की छवि के उन्नयन में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया। 'दीदी' के माध्यम से श्रीनाथ सिंह ने कई विषयों से नारी की दशा और दिशा को समाज के सामने रखा। इससे पूर्व स्वतंत्रता संग्राम के दौरान मैडम कामा ने पत्रकारिता क्षेत्र में अपनी पहचान बनाई और उन्होंने समाचार-पत्रों के माध्यम से महिलाओं की छवि सुधारने का महत्वपूर्ण कार्य किया। राजस्थान में 1936 में स्वतंत्रता सेनानी दुर्गा प्रसाद चौधरी ने 'नव ज्योति' का प्रकाशन किया तो जयनारायण व्यास ने तरुण समाचार के संपादकीय लिखे। दोनों ने भी महिलाओं की समस्याओं के बारे में बहुत कुछ लिखा। यह कहना उचित ही होगा कि तत्कालीन प्रिन्ट मीडिया ने भारतीय नारी की छवि को गौरवपूर्ण स्थान दिलाने का महत्वपूर्ण दायित्व निभाया। वह समय प्रिन्ट मीडिया के वर्चस्व का ही था जिससे लोक मानस को शिक्षित-प्रशिक्षित करते हुए पदों को स्थापित करने की मजबूत पहल की थी।

स्वतंत्रता-प्राप्ति के पश्चात् भी इस दिशा में सराहनीय कार्य हुआ। संविधान में महिलाओं को पुरुष के समान अधिकार देकर बराबरी का दर्जा देने में पर्याप्त ऊर्जा लगा दी थी तथापि यह पक्ष प्रबल है कि आम समाज महिला की बदलती छवि को स्वीकार करने के लिए मानसिक रूप से तैयार नहीं है। मीडिया को नारी को आधुनिका बनाने वाली कहता हुआ सबका दोष स्वयं अपने ऊपर लेने के बजाय मीडिया को देने लगा है। अक्सर यह सुनाई देता है कि मीडिया ने भारतीय नारी की छवि के ताने-बाने को खुद-बुर्द कर दिया है। उन लोगों का यह मत आंशिक रूप से सत्य हो सकता है किन्तु सारा दोष मीडिया पर मढ़ना उचित नहीं है। इस सन्दर्भ में अत्यन्त गहन और तथ्यात्मक चिन्तन तथा मंथन की जरूरत है। यह इसलिए भी आवश्यक है कि नारी स्वयं अपनी जमीन तोड़ने की स्थिति में दिखाई देती है जबकि जड़वादी समाज को ऐसा अनुचित ही अधिक लग रहा है।

इस प्रसंग में यदि सिंहावलोकन किया जाए तो स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् विशेषकर 1975 के बाद भारतीय महिला की स्थिति में बहुत तेजी से बदलाव आया है जबकि संयुक्त राष्ट्र संघ ने अन्तरराष्ट्रीय महिला वर्ष की घोषणा की। भारत में नेशनल कमीशन ऑफ वुमेन तथा विभिन्न राज्यों में महिला आयोगों का गठन, बलात्कार, दहेज विरोधी कानूनों का निर्माण विभिन्न महिला संगठनों का गठन, महिला सशक्तीकरण व संवैधानिक पुरुष-महिला समानता की अवधारणा आदि ऐसे कार्यक्रम स्थापित हुए हैं जिससे

भारतीय महिला को नई दिशा प्राप्त हुई है तथा उनको परिवर्तन की पक्षधर के रूप में प्रस्थापित किया है। भारतीय प्रिन्ट मीडिया और इलेक्ट्रोनिक मीडिया ने इन सन्दर्भों को अपने समाचारों तथा अन्य कार्यक्रमों को प्रसारित कर महिलाओं में स्वाभिमान और नैतिक बल जागृत करने का अहम कार्य किया है। मीडिया समय-समय पर महिलाओं की विभिन्न समस्याओं को पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित कर रहा है। इलेक्ट्रोनिक मीडिया पर आज महिला प्रधान धारावाहिकों की बाढ़ है। ये उसकी छवि स्तर व सोच को जाहिर कर उनका मार्गदर्शन भी कर रहा है। यही नहीं मीडिया ने महिलाओं पर विभिन्न क्षेत्रों एवं कार्यस्थलों में हो रहे अत्याचार, उत्पीड़न और दमन को उजागर कर उसे न्याय दिलाने, अत्याचार, उत्पीड़न और दमन करने वालों को सजा दिलाने का कार्य किया है तो महिलाओं को संरक्षण दिलाने का कार्य भी कम नहीं किया है। यह लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में हमारे सामने है।

यदि ध्यान से देखा जाए तो मीडिया के इन प्रयासों से महिलाओं में स्वाभिमान, समता-भावना, आत्म-विश्वास और बल का संचार हुआ है। घरेलू-महिला घर की चार दीवारी लांघकर आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक क्षेत्र में पुरुषों के साथ कदम से कदम मिलाकर चलने का प्रयास कर रही है। विद्यालय, महाविद्यालयों, आफिस आदि में ही नहीं, वरन् फैक्ट्रियों में काम करने लगी है। यह खेलों में ही अग्रणी नहीं है वरन् फौज, हवाई सेनाओं, अंतरिक्ष अभियानों आदि में भी अपनी क्षमताओं का प्रमाण दे रही है। यह नहीं स्वयं मीडियाकर्मी के रूप में उनकी भूमिका मजबूत है। भारतीय मीडिया उनके आत्मविश्वासपूर्ण करतबों को प्रसारित एवं प्रचारित कर अन्य भारतीय महिलाओं को भी प्रेरणा दे रहा है। महिलाएं आत्मनिर्भरता की ओर बढ़ रही हैं। राजनैतिक क्षेत्र में न केवल उनकी सक्रियता बढ़ी है, अपितु उनका वर्चस्व भी स्थापित होने लगा। हो सकता है ऐसी महिलाओं की संख्या गिनी-चुनी हो, किन्तु मीडिया ने चुनिंदा महिलाओं के जीवन को जिस प्रकार से उठाया है वे विरले ही है। मीडिया ने उन्हें घूंघट से बाहर निकालकर नई दुनिया से रूबरू करवाया है। आज वह पढ़-लिखकर अखबार के अध्ययन में लगी है, दूरदर्शन के सामने बैठकर सूचनाओं को जानने व समझने लगी है। वाशिंग मशीन, ग्राइंडर मिक्सी, चटनी मसाले व अन्य ऐसी चीजों के विज्ञापन देखकर फालतू श्रम से निजात पाने का प्रयत्न करने लगी है। उनके लिए आंचल में है दूध और आंख में पानी वाली 'अबला' का मिथक धीरे-धीरे नष्ट हो रहा है तथा वह सबला बन रही है। हाल के वर्षों में परंपराओं को धत्ता बताकर पुरुषोचित व्यवहार करने वाली महिलाओं ने मीडिया में जगह पाई है।

एक बात इस संदर्भ में उल्लेखनीय है पत्र-पत्रिकाओं व दूरदर्शन आदि पर महिलाओं को कई संस्थाओं के विज्ञापन एम्बसेडर के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इन विज्ञापनों ने एक सीमा तक नारी के सौंदर्य, सहजता और सबलता को तो प्रदर्शित किया ही है। एक मजबूत "संस्थापक्ष प्रस्तोता" के रूप में भी प्रकट किया है।

मीडिया का एक प्रदर्शित माध्यम सिनेमा भी है। स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् कई ऐसी फिल्में बनी है जिन्होंने महिला चरित्रों के उज्ज्वल पक्षों को उजागर किया है। इसका परिणाम यह हुआ कि उपहास की शिकार समझी जाने वाली नारियां प्रेरणा पाथेय बनकर सामने आई है। महिला की क्षमताओं, योग्यताओं, शक्तियों, मातृत्व भावनाओं, देश भक्ति के आयामों, कर्तव्यबोध को प्रदर्शित कर देश की अन्य महिलाओं को भी आत्मबल प्रदान किया तथा गौरवान्वित जीवन जीने की कला सिखाई है। इन फिल्मों और दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले धारावाहिकों में महिलाओं के त्यागमयी मां, बहिन, पत्नी आदि के आदर्शों को प्रदर्शित कर अन्य महिलाओं का मार्गदर्शन भी किया गया है। अनेक फिल्मों और धारावाहिकों में महिलाओं की सामाजिक, आर्थिक तथा

सांस्कृतिक समस्याओं का खुलासा करते हुए बुराइयों पर प्रहार किया गया।

निष्कर्ष रूप में यह कहना उचित होगा कि मध्यकाल एवं ब्रिटिश काल में भारतीय महिला की छवि में जो गिरावट आई, उसको उन्नत करने में प्रिन्ट एवं इलेक्ट्रोनिक मीडिया ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है। उन्हें परदे के पीछे से सामने लाने और घर की चारदिवारी से उठाकर मुख्यधारा से जोड़ने का प्रयास भी किया गया है। उनमें दबी हुई शक्ति का पुनःसंचरण किया है। आत्मबल जागृत कर उन्हें आगे बढ़ाने की क्षमता दी और इसके लिए यथेष्ट साहस भी प्रदान किया। दृश्य मीडिया का लगातार विस्तार हो रहा है। वह ऐसा हो गया है, जिस पर सिर रखकर पति द्वारा सताई गई पत्नियां रो सकती है "रंजना देवी उदित नारायण" का उदाहरण हमारे सामने है, मीडिया का 'एक्टीविज्म' सकारात्मक रूप से हमारे दाएं बाएं है। उसकी मिसाल हम जैसिका लाल हत्याकांड में भी तो हाल भी ऋचा नाचानी के प्रकरण में भी देख चुके हैं। सेना में महिला अधिकारियों की क्या स्थिति है यह मुद्दा मीडिया ने उभारा है। सेना की महिला लेफ्टिनेंट सुष्मिता चक्रवर्ती की आत्महत्या का मामला लीजिए, जिसे इलेक्ट्रोनिक मीडिया उठाने की कोशिश कर रहा है। मीडिया जब समाज के अंधेरे पर रोशनी डालता है तो वह सार्थक किरदार के रूप में सामने आता है। उसकी ताकत उसकी ईमानदारी और उसके दायित्व ही नहीं जागरूकता का भी बोध होता है।

उपर्युक्त घटनाएं मीडिया की जागरुकता को दर्शाने वाली है। जहां हम महिलाओं के संदर्भ में बात करने से हिचकते थे, उसके उत्पीड़न के मामलों को दबा जाते थे, परिवार वाले शर्मसार होते थे, वहीं आज मीडिया इन अशक्त लोगों के लिए एक सशक्त हथियार बना है। उसने समाज में घट रही उन कुकृत्य घटनाओं को प्रकाशित किया है चाहे वे सैन्य अधिकारी हो, चकाचौंध की दुनिया की मॉडल हो अथवा सामान्य घरेलू महिला हो, उनके अत्याचार को प्रस्तुत करने का मीडिया एक सशक्त औजार बना है जो समाज में एक क्रांति ला रहा है और यह क्रांति अन्य क्रांतियों के मुकाबले कहीं अधिक सशक्त है।

मीडिया का दूसरा पक्ष भी हमें नज़रअंदाज नहीं करना चाहिए। कई बार निजी स्वार्थ, स्वयं की लोकप्रियता बढ़ाने और अर्थ उपार्जन की प्रवृत्ति के कारण मीडिया द्वारा महिलाओं की छवि पर प्रहार भी किए जाते रहे हैं। विज्ञापनों के नाम पर और बोल्डनेस की बात करते हुए महिलाओं के शारीरिक भोंड़ेपन को प्रदर्शित करना आम बात हो गई। कुमनोवृत्ति के चलते ऐसे चित्र पत्र-पत्रिकाओं में प्रमुखता से मुद्रित किए जाते हैं जिससे महिलाओं की छवि धूमिल होती है। कभी-कभी मीडिया समाज में घटने वाले ऐसे प्रसंगों व घटनाओं को आवश्यकता से अधिक उछालता है कि महिला के आचरण का कुंठित रूप ही समाज के सामने आता है और उसकी छवि पर दाग लग जाता है। ऐसे अनेक उदाहरण मौजूद हैं। अभी हाल ही में राखी सांवत प्रकरण घटा। मीडिया ने उसे सेलेब्रिटी बनाने में कोई कसर नहीं छोड़ी। मीडिया ने इस सम्बन्ध में जो कुछ दिखाया वह और उसके भौंड़े, अश्लील अंग प्रदर्शन और घटिया चुम्बन काण्ड को इतना खासम-खास बना दिया कि युवतियों और नासमझ लड़कियों पर उसके कुप्रभाव से इनकार नहीं किया जा सकता है। इसी प्रकार बटुक नाथ चौधरी व जूली के प्रेम प्रकरण को इतना हाईलाईट किया कि दाम्पत्य जीवन तथा प्रेम की परिभाषा के बारे में एक नई राय बनने लगी है जो नारी हित में कदापि नहीं है। आज आप चाहे कोई दैनिक अखबार देखिए या मैग्जीन अथवा टेलीविजन के विज्ञापन इसमें स्त्री को ही विज्ञापित किया जाता है जैसे वह और उसकी देह बिकाऊ है। उसकी अस्मिता और गौरव को बरकरार रखने की बात दूर तक दिखाई नहीं देती है।

इसी सन्दर्भ में यह कहना उचित होगा कि हमारे देश में पाश्चात्य उदारवाद का प्रभाव पड़ने लगा है इसी के चलते

विदेशी टी.वी. चैनलों की भरमार हो गई है जिस पर कोई नियन्त्रण नहीं है। प्रतिस्पर्धा, अधिकाधिक लोकप्रियता प्राप्त करने के लिए शार्ट कट अपनाने की प्रवृत्ति तथा अर्थ उपार्जन के लोभ ने भारतीय मीडिया को दागदार बनाने की भी कोशिश है। उसने महिलाओं की देह को केश कार्ड की तरह भुनाने का प्रयत्न भी कम नहीं किया है।

बावजूद इसके महिलाओं की छवि को सुधारने और जीवन स्तर को ऊंचा उठाने में मीडिया की भूमिका और योगदान को कदापि झुठलाया नहीं जा सकता है तथापि यह आवश्यकता बनी रहेगी कि भटक जाने वाले मीडिया पर समय रहते अंकुश के उचित प्रावधान भी हो, यह कानूनन चाहे न हो किन्तु स्वोचित आचार संहिताओं के दायरे में तो होने ही चाहिए।

संदर्भ

1. स्वाधीनता संग्राम—डॉ. सुन्दर लाल, पटियाला हाऊस, नई दिल्ली
2. स्त्री दर्पण—श्रीनाथ सिंह, इलाहाबाद
3. समाचार एवं फीचर लेखन—संपादक, संजीव भानावत, जयपुर
4. मूल प्रश्न
5. आऊट लुक
6. इंडिया टुडे
7. राजस्थान-पत्रिका
8. जनसत्ता
9. दैनिक भास्कर